

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Lazada.co.id, serta untuk mengetahui diantara keamanan, kemudahan, dan kepercayaan mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Lazada.co.id.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa STIESIA Surabaya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data yang digunakan adalah data primer. Jenis data yang digunakan adalah data subjek dan data dokumenter sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 108 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online* adalah berpengaruh positif dan signifikan sedangkan kemudahan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Dan yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian secara *online* adalah kepercayaan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

Kata Kunci: Keputusan pembelian secara *online*, keamanan, kemudahan, dan kepercayaan.

ABSTRACT

This research is meant to find out the influence of security, easiness and trust to the online purchasing decision at Lazada.co.id, and also to find out the security, easiness, and trust which one of them has dominant influence to the online purchasing decision at Lazada.co.id.

The population is all student of STIESIA Surabaya. This research is a descriptive research and the data is the primary data. The data of this research is subject data and documentary data meanwhile the sample collection technique has been carried out by using purposive sampling with the numbers of samples are 180 respondents. The analysis technique has been conducted by using multiple linear regressions.

The result of this research shows that security and trust gives positive influence to the online purchasing decision meanwhile easiness gives positive and insignificant influence to the online purchasing decision. And trust gives dominant influence to the online purchasing decision. This result shows that the validity of all hypotheses in this research have been proven.

Keywords: Online purchasing decision, security, easiness and trust.

